

## Marke Digital: Kongress zur Markenführung in und mit digitalen Medien

Pressemitteilung von: **pr://ip – Primus Inter Pares**

Datum: **08.09.2008 – 17:21 Uhr**

Rubrik: **Wirtschaft**

(fair-NEWS) – Exklusiv: Bestsellerautor Michael Moon beim Event am Vortag der online-marketing-düsseldorf

Düsseldorf, 8. September 2008. Vor dem Hintergrund einer sich drastisch ändernden Medienrealität wird die Markenführung in und mit digitalen Medien zur zentralen Herausforderung für Markenverantwortliche. Auf dem Kongress M:D Marke Digital am 16. September in Düsseldorf analysieren internationale Marketing-Experten die veränderte Medienwirklichkeit und stellen Lösungsansätze für die Markenkommunikation im digitalen Zeitalter vor. Erstmals in Deutschland präsentiert Dr. Michael Peterson, Mitglied der Geschäftsleitung von Booz & Company, den Wallstreet-Bestseller "Always On: Advertising, Marketing and Media in an Era of Consumer Control". Ferner beschreibt US-Marken-Berater Michael Moon die "Marketing Revolutions from the Bottom-up" und zeigt, wie Unternehmen sich darauf einstellen können. Als Teilsegment des Marketing Leaders Days bildet der Kongress M:D den exklusiven Einstieg zur online-marketing-düsseldorf, der Leitmesse für digitales Marketing.

Die Mediennutzung ändert sich derzeit dramatisch: Die Nutzung traditioneller Massenmedien nimmt ab, interaktive Medien gewinnen zunehmend an Bedeutung. Damit verbunden ist auch eine Veränderung der Werbewirkung einzelner Medien und Werbemittel. Der Kongress "Marke:Digital" beschreibt diese neue Medienrealität, hinterfragt vor diesem Hintergrund die traditionellen Erfolgskriterien und liefert einen Überblick über die Funktionalitäten der einzelnen interaktiven, digitalen Marketingdisziplinen. Er zeigt Markenverantwortlichen die neuen Herausforderungen, aber auch Lösungsansätze für die Markenkommunikation im digitalen Zeitalter auf. Moderiert wird der Kongress von Axel Schmiegelow, Sevenload und Andreas Cohen, I-COM.

Die Perspektive des Nutzers einnehmen

Die neue Medienrealität verlangt zunehmend nach dem Perspektivwechsel zugunsten der Kunden. Diese Position vertritt Dr. Michael Peterson, Mitglied der Geschäftsleitung Booz & Company GmbH in seiner Keynote: "Always On: Advertising, Marketing and Media in an Era of Consumer Control." Basierend auf dem gleichnamigen Buch von Booz & Company-Partner Chris Vollmer liefert Peterson einen detaillierten Einblick in das veränderte Mediennutzungsverhalten auf dem US-amerikanischen Markt. Und der Trend des größten Medienmarktes der Welt ist auch in Deutschland spürbar: Die Verbraucher haben mehr Einfluss denn je und sind für die Marketingprofis dabei doch immer unberechenbarer. Was wie ein Alptraum für die Industrie erscheint, hat jedoch auch zu erstaunlichen Erfolgsgeschichten geführt.

Im Anschluss daran geht Martin Gassner, Geschäftsführer Kreation Interone Worldwide, auf die veränderten Bedingungen von Markenkommunikation im deutschsprachigen Raum ein und zeigt Chancen und Risiken auf.

Messverfahren und Kennzahlen in schwierigen Umfeldern

Eine entscheidende Frage lautet, inwiefern die alten Kennzahlen für den Marketingerfolg in diesem Umfeld noch Gültigkeit haben. Dieser Diskussion stellen sich unter dem Titel "Reichweite ade? Erfolgreiche Markenkommunikation in individualisierten Massenmedien" Thomas Duhr, Leiter der AGOF, Ulrich Kramer, Geschäftsführer von Pilot sowie Lars Gibbe,

Referent für 'Medienforschung und Gremienarbeit' bei der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM). Der Themenpart "Messung und Kennzahlen für erfolgreiche Markenführung für Web 2.0" findet in Zusammenarbeit mit I-COM (International Conference on Online Media Measurement) statt und gibt Navigationshilfen für Entscheider in einem chaotischen medialen Umfeld.

Das Gebot der Stunde heißt 'Engagement'

Die Kommunikationswirkung im Internet entfaltet erst in der unmittelbaren Auseinandersetzung mit dem Produkt, der Dienstleistung oder dem Unternehmen ihre ganze Kraft. Das Gebot der Stunde für Marken im digitalen Zeitalter heißt 'Engagement': Engagement steht hier für Beschäftigung, Bindung, Dialog, Einstellung und Verbindlichkeit. Mit Unterstützung des Art Directors Club für Deutschland (ADC) werden konkrete Lösungen für dieses Marken-Engagement aufgezeigt: Friedrich von Zitzewitz, Geschäftsführer Kreation Plan.Net, erläutert in seinem Vortrag "Ist es Zeit für eine antiautoritäre Markenführung?" die Auswirkung der digitalen Revolution auf die Zukunft von Marketing und Werbung. Weitere Themen sind "Emotionale, digitale Marken- und Produktinszenierung" von Mike John Otto, Geschäftsführer blackbeltmonkey, sowie "Brandbuilding im WebTV-Zeitalter" von Rainer Wiedmann: Der Managing Partner von aquarius consulting hat hierfür die besten Brands auf YouTube analysiert.

Von der Utopie zur konkreten Handlungsdevise

Michael Moon (Gistics Inc.), Online-Marketing-Experte aus den USA und Autor des Bestsellers "Firebrands", treibt die Forderungen des Engagements sogar noch weiter: Konsumenten, die auf den Geschmack der Marken-'Beteiligung' gekommen sind, wollen auch an der konkreten Entwicklung der Produkte teilhaben: "Wenn die Kunden erst einmal auf den Geschmack echten Engagements gekommen sind, wollen sie sich nicht abfrühstücken lassen. Sie wollen partizipieren, beeinflussen und stolz auf die Mitarbeit am fertigen Produkt sein."

In seinem Vortrag "Leadership in Brand Management & Customer Engagement" fordert er eine Marketing-Revolution von Grund auf, die ein 360-Grad-Engagement von den Marken erfordert: Das beinhaltet umfangreiche Multi-Channel-Auswertungen, die konsequente Nutzung aller Kommunikationskanäle zu den Kunden sowie die Berücksichtigung und das Management aller relevanten Social-Media-Kommunikationsformen wie Social Networks, Weblogs, Wikis, Foren, Widgets, RSS Feeds oder Video-Plattformen. Für diese manchem Marketing-Verantwortlichen utopisch anmutenden Forderungen entwickelt Michael Moon konkrete Handlungsanleitungen.

Als Teilsegment des Marketing Leaders Days bildet der Kongress MD: Marke Digital am 16. September den exklusiven Einstieg zur online-marketing-düsseldorf, der Leitmesse für Digitales Marketing. Der parallel stattfindende Kongress me: Marketing Efficiency zeigt, welche Faktoren effiziente oder ineffiziente Marketingprozesse bestimmen. Keynotes internationaler Referenten geben neue Impulse, Best Cases internationaler Markenartikler zeigen Wege zur Prozessoptimierung in Unternehmen. In der begleitenden Ausstellung präsentieren namhafte Lösungsanbieter für Marketing Process Management ihr Angebot.

Die Teilnahmegebühr beträgt 799,- Euro (ermäßigt 399,- Euro, siehe "Teilnahmebedingungen"). Eine Anmeldung berechtigt zur Teilnahme an einem der Kongresse oder auch an beiden Veranstaltungen "Markenführung in und mit digitalen Medien" und/oder "Marketing Effizienz".

Weitere Informationen und Anmeldung unter <http://www.marketing-leaders-day.de/>

Weitere Informationen zur Messe erhalten Sie unter [www.online-marketing-duesseldorf.com](http://www.online-marketing-duesseldorf.com).

Erfahren Sie als Erster alle Neuigkeiten zur online-marketing-düsseldorf. – Abonnieren Sie unseren Newsletter unter [www.online-marketing-duesseldorf.com](http://www.online-marketing-duesseldorf.com)

Die online-marketing-düsseldorf wird von der Igedo Company, Düsseldorf, veranstaltet. Die führende Messe für digitales Marketing findet am 17. und 18. September bereits zum neunten Mal statt und hat sich als die zentrale Branchen-Plattform in Europa etabliert. Der Online-Vermarkterkreis (OVK) und der BVDW (Bundesverband Digitale Wirtschaft) unterstützen die Veranstaltung als Verbandspartner. Verantwortlich für die online-marketing-düsseldorf 2008 sind Alexander Felsenberg, Director Tradeshow New Media bei der IGEDO Company GmbH & Co. KG, und Projektleiterin Nora Wilhelms.

Schon jetzt vormerken: Die online-marketing-düsseldorf bis 2013:

17./18. September 2008

16./17. September 2009

22./23. September 2010

14./15. September 2011

19./20. September 2012

11./12. September 2013

Pflichttermine in Sachen digitales Marketing!

· Homepage: [www.marketing-leaders-day.de](http://www.marketing-leaders-day.de)

· **Kontakt**

pr://ip – Primus Inter Pares

Mauritzstr. 23

48143 Münster

Deutschland

Telefon: 0251/49095970

· **Pressekontakt**

pr://ip – Primus Inter Pares

Mauritzstr. 23

48143 Münster

Christoph Salzig

Tel. 0251/49095970

omd@pr-ip.de

---

Der **Link** zu dieser Meldung: <http://24pr.de/u/vzqo>